Mavolo sfiora i 102 milioni di fatturato grazie a gin e prodotti Anthology

20240320155436amuerteindex-f578fe2a

Mavolo Beverages archivia il 2023 con un **fatturato di quasi 102 milioni di euro**, con un **+10%** rispetto all'anno precedente. A fare da traino a queste cifre sono stati soprattutto il **gin**, già best seller del 2022 che ha confermato le buone performance, il **whisky** che ha mantenuto sostanzialmente i livelli di vendita, e la selezione **Anthology by Mavolo** cresciuta invece **del 25%**.

In grande spolvero **i distillati a base di agave**, ingrediente con cui vengono prodotti **tequila e mezcal ,** come la recente new-entry nel portfolio di Anthology del **Tequila Hussong**, nelle referenze Silver, Reposado e Añejo. Il prodotto si distingue non soltanto per l'alta qualità ma anche per la **bottiglia in ceramica** con cui viene proposto.

In costante crescita anche il **numero di etichette** in esclusiva disponibili nel catalogo: a fine 2022 erano 165 mentre a inizio 2024 si contano già **344 referenze diverse**. Tra queste il **Cachaça 51** sudamericano e **Black Sinner e Iovem**, due prodotti firmati dal campione del mondo di bartending e imprenditore **Bruno Vanzan**.

Insieme ai prodotti, è cresciuto pure il numero dei **dipendenti** di Mavolo, quasi raddoppiati in un biennio **(+94%).**

"Continueremo a lavorare sulla strada già tracciata e siamo convinti che il 2024 sarà ricco di ulteriori grandi soddisfazioni" afferma **Alessandro Mavolo**, Ceo di Mavolo Beverages, che rimarca i punti di forza dell'azienda: un **catalogo in costante espansione**, la presenza su tutto il territorio italiano grazie ad **agenzie specializzate** e una **rete di distribuzione** progettata con avanzate tecnologie di gestione e pianificazione.
*"Prevediamo di espandere il nostro team di **drinksetter*** (ex bartender che, grazie alle loro competenze, collaborano strettamente con la rete vendita per potenziarla, ndr), *che rappresentano il*

fiore all’occhiello del progetto Anthology by Mavolo, sempre più al centro della nostra strategia di sviluppo aziendale e quindi oggetto di ***significativi investimenti*** *volti a consolidare questa divisione come fulcro del nostro business”* conclude il manager.

Con l'obiettivo di intercettare i gusti e i desideri dei clienti, Anthology punta a un'**attenta ricerca dei prodotti** da inserire nel proprio portfolio come il rhum agricole **Damoiseau**, la linea di mixers **Le Tribute** e il gin **Amuerte**, tra i più ricercati online nell’ultimo trimestre del 2023.